Passantenonderzoek

Utrechtsestraat e.o. te Amsterdam
2019



Opdrachtnummer: 37-2902
Dataverzameling: april 2019
Oplevering: april 2019

Projectbegeleiding: 5.1, 2, e

Strabo bv
Marktonderzoek en Vastgoedinformatie
Postbus 15710
1001 NE Amsterdam

Bezoekadres:
Herengracht 560
1017 CH Amsterdam
T: 5.1, 2, e

5.1, 2, e @strabo.nl
www.strabo.nl

Samenvatting passantenonderzoek

		2019
Aantal bezoekers	Bruto per week	95.136
	Netto per week:	88.761
	Bezoekeenheden (netto):	64.214
Herkomst	Amsterdam:	68%
	Elders Nederland:	18%
	Buitenland:	14%
Leeftijd	< 35 jaar:	37%
	35-55 jaar:	34%
	> 55 jaar:	29%
Inkomen	Beneden modaal	28%
	Modaal	23%
	Boven modaal	49%
Omvang	Gem. omvang bezoekeenheid:	1,38
Samenstelling	Alleen:	70%
	Twee personen:	24%
	Drie personen of meer:	5%
Bezoekduur	Gem. bezoekduur (min.):	26
	Korter dan een half uur:	65%
Bezoekfrequentie	Gem. bezoekfrequentie per week:	2,9
	Eén keer per week of vaker:	65%
Vervoerswijze	Lopend:	55%
	(Brom-)fiets:	31%
	Auto:	7%
	Openbaar vervoer:	7%
Bezochte winkels	Geen winkels:	30%
	Eén winkel:	53%
	Twee winkels:	12%
	Meer dan twee winkels:	4%
	Gemiddeld aantal bezochte winkels:	1,0
Meest bezochte winkels	Albert Heijn:	17%
	Marqt:	10%
	Concerto:	7%
	Boerejongens:	5%
	Rituals:	3%
Combinatiebezoek	aleen dagelijks:	23%
	alleen niet-dagelijks:	18%
	alleen horeca:	19%
	winkels en horeca:	5%
Bestedingen	Per bezoekeenheid per bezoek:	€ 21,00
Omzet (in miljoenen)	Weekomzet:	€ 1,4
	Jaaromzet:	€ 70,1

		2019
Waardering (% (zeer) goed)	Keuze aan winkels	7,7
	Kwaliteit van de winkels	8,0
	Keuze aan horeca	7,6
	Kwaliteit van de horeca	7,6
	Sfeer	8,0
	Netheid/schoonmaak	7,6
	Verkeersveiligheid	6,5
	Sociale veiligheid	7,9
	Totale indruk	7,9
Netto Promotor Score		+17%
Stellingen (% (zeer) goed)	"Tevreden over huidige indruk"	69%
	"Verbreden stoepen maakt het aantrekkelijk winkelen"	76%
	"Invoeren eenrichtingsverkeer voor auto's maakt het aantrekkelijk winkelen"	65%

Samenvatting en conclusie

Passantentelling

- De Utrechtsestraat is in de onderzoeksweek, op weekbasis, in totaal door bijna 89.000 mensen bezocht.
- Circa de helft van alle bezoekers vertrekt via de koppen van de straat, dan wel richting Frederiksplein, dan wel richting Rembrandtplein. 38% verlaat de straat via de grachten of zijstraten van de Utrechtsestraat en 10% stapt op de fiets of pakt de tram.
- De interne druktebeeldmeting laat daarnaast zien dat veel bezoekers slechts een deel van de straat bezoeken. Men loopt de straat doorgaans niet van begin tot eind uit.

Bezoekersprofiel

- De Utrechtsestraat is een winkelstraat met verschillende functies. Op de koppen bevinden zich twee supermarkten (Albert Heijn en Marqt), het is een (recreatieve) winkelstraat met een uitgebreid mode-aanbod en het is een straat met een zeer uitgebreid horeca-aanbod bestaande uit zowel dag- als avondhoreca. In de straat zelf maar met name in de omliggende straten en aan de omliggende grachten bevindt zich verder de nodige werkgelegenheid. Deze mix van functies is van grote invloed op het herkomstbeeld en bezoekgedrag.
- Twee derde van de bezoekers is woonachtig in Amsterdam. 30% woont in de omliggende buurten (Weteringschans/Grachtengordel Zuid). Tussen de 14-17% van de bezoekers is een buitenlandse toerist. Dit aandeel ligt hiermee voor een winkel-/horecastraat in het centrum van Amsterdam relatief laag.
- Er bestaat opvallend weinig verschil in de herkomstverdeling tussen doordeweekse en weekenddagen.
- De straat trekt bezoekers uit alle leeftijds- en inkomensklassen, al zijn de hogere inkomens enigszins oververtegenwoordigd, met name door de buurtbewoners en de in de buurt werkzame personen.

Bezoekgedrag

- De meeste bezoekers komen alleen en doelgericht naar de straat en men bezoekt de straat doorgaans zeer frequent.
- Albert Heijn, Marqt, Concerto en Boerejongens zijn de grootste trekkers van de straat. Allen bedienen een ander publiek. Buurtbewoners bezoeken met name de supermarkt(en), Nederlandse toeristen brengen opvallend vaak een bezoek aan Concerto en voor buitenlandse toeristen is Boerejongens een belangrijke trekker.
- 30% bezoekt geen enkele winkel gedurende het bezoek. 53% bezoekt slechts één winkel en vertrekt weer: het bezoek is zoals gezegd vaak zeer doelgericht.
- Ook horeca is een doel op zich. Van alle bezoekers heeft een op de vijf (minimaal één horecagelegenheid bezocht.
- Het combinatiebezoek tussen branches ligt bijzonder laag.

- De gemiddelde besteding bedraagt € 21,-, een bedrag dat redelijk verdeeld wordt over alle aanwezige branches. Buurtbewoners bezoeken vooral de supermarkt en besteden hier ook bovengemiddeld. In de buurt werkzame personen besteden juist bovengemiddeld in de overige dagelijkse sector (versspeciaalzaken) en Nederlandse toeristen besteden relatief veel in de mode- en horecasector maar ook in de (overige) niet-dagelijkse sector (Concerto). Zij besteden juist weer weinig in de dagelijkse sector. Buitenlandse toeristen besteden benedengemiddeld en besteden hun geld met name in de horeca en in het bijzonder bij coffeeshop Boerejongens.
- Toevoeging van winkels in de frequent benodigd niet-dagelijkse sector (Etos, Kruidvat, Hema, Bruna et cetera) kunnen het combinatiebezoek tussen branches stimuleren en het aantal bezochte winkels doen toenemen. Het is echter de vraag of de locatie voor dergelijke retailers op basis van footfall en huurprijs aantrekkelijk genoeg is.

Waardering

- Men is zeer positief over het winkel- en horeca-aanbod. Het geheel (totale indruk) wordt beoordeeld met een 7,9. De Netto Promotor Score (mate van aanbevelen) komt uit op +17%, een zeer positieve score.
- Zeer kritisch is men over de verkeersveiligheid. Dit geldt voor alle, zowel frequente als infrequente, bezoekers. Veel bezoekers zijn ook van mening dat het verbreden van de stoepen en het invoeren van eenrichtingsverkeer voor auto's het aantrekkelijker maakt om er te winkelen. Opvallend genoeg deelt ook een groot deel van de automobilisten deze mening.

Aanbevelingen

- Focus meer op combinatiebezoek horeca en winkels. Kwaliteit van het aanbod maar ook de balans hierin (tussen dagelijks, mode en horeca) dient voorop te staan.
- Toevoegingen op het aanbod dienen autonoom te kunnen functioneren. Dat wil zeggen een eigen trekkracht te hebben en niet afhankelijk te zijn van door andere retailers in de straat gegenereerde footfall.
- Zowel het winkel- als horeca-aanbod is uniek te noemen. In deze combinatie schuilt een nog veel grotere kracht.
- Single brandstores in de modesector zijn onder andere door hun combinatie met online in de huidige markt meer kansrijk dan multi-brandstores.
- Uitgaande van de uit dit onderzoek naar voren komende omzetschatting en een gemiddelde huurquote van 15% gaan wij in de Utrechtsestraat uit van een (maximaal) te realiseren huurprijsniveau van € 800,- per m2 BVO in de modesector. Omdat bovenstaande omzet, naar onze verwachting, iets te hoog is ingeschat, betreft dit duidelijk een maximum.
- Het lunchpubliek wordt op dit moment beperkt bediend sinds het vertrek van enkele broodjeszaken. Dit geldt ook voor een goede bakker en een hoogwaardig

friet- of ijszaak. Hier ligt ruimte voor aanvulling op het aanbod, al is het de vraag of dit mogelijk is gezien het huidig huurprijsniveau.

- Bezoekers ervaren de huidige inrichting van de straat niet als optimaal voor recreatief winkelen hetgeen bijdraagt aan het lage aantal bezochte winkels en het feit dat veel bezoekers slechts een (klein) deel van de straat bezoeken. Indien er bij de inrichting meer rekening gehouden wordt met het recreatieve winkelpubliek zal dit naar verwachting een positief effect hebben op het (economisch) functioneren van winkels en horeca.

Inhoudsopgave

1. Inleiding 8

2 Resultaten passantentelling 10
2.1 Aantal bezoekers per dag 10
2.2 Aantal bezoekers per uitgang 11
2.3 Interne druktebeeldmeting 14

3 Kenmerken bezoekers en bezoekgedrag 16
3.1 Bezoekerskenmerken 16
3.1.1 Herkomst 16
3.1.2 Leeftijd 19
3.1.3 Inkomen 19
3.1.4 Omvang en samenstelling bezoekeenheid 20
3.1.5 Whize-analyse bezoekers 21
3.2 Bezoekgedrag 26
3.2.1 Bezoekfrequentie 26
3.2.2 Bezoekduur 27
3.2.3 Vervoerwijze 27
3.3 Bezochte winkels en bestedingen 28
3.3.1 Bezochte winkels, horeca- en overige voorzieningen 28
3.3.2 Bestedingen 31
3.4 Waardering 33
3.4.1 Waardering 33
3.4.2 Netto Promotor Score (NPS) 34
3.4.3 Stellingen inrichting openbare ruimte 35

1. Inleiding

In opdracht van BiZ Utrechtsestraat heeft Strabo bv een passantenonderzoek uitgevoerd ten behoeve van de Utrechtsestraat en omgeving te Amsterdam. Dit onderzoek bestaat uit een passantentelling en een passantenenquête die is gehouden onder bezoekers die het centrum verlieten.

Omstandigheden gedurende het veldwerk passantenonderzoek

Ten behoeve van het onderzoek is op woensdag 3, donderdag 4, zaterdag 6 en zondag 7 april 2019 veldwerk verricht.

De weersomstandigheden tijdens het veldwerk waren als volgt:

• Woensdag 3/4	Een bewolkte dag met af en toe een bui	10 °C
• Donderdag 4/4	Bewolkt maar droog	11 °C
• Zaterdag 6/4	Bewolkt met perioden met zon	14 °C
• Zondag 7/4	Een zonnige dag	20 °C

Methode en respons passantenonderzoek

Bij de telling is gebruik gemaakt van de zogenaamde kordonmethode. Bij de uitgangen van de Utrechtsestraat en de omliggende straten is gedurende de openingstijden van de winkels en horeca één maal per uur gedurende exact zes minuten het aantal vertrekkende bezoekers geteld, aantallen die vervolgens worden doorgerekend naar uur- en dagtotalen. Bij deze telling zijn voetgangers geteld op de punten waar zij het kordon verlieten en fietsers en gebruikers van de tram op de plek waar zij opstapten, vaak ergens middenin de straat. Doorfietsende fietsers en inzittenden van auto's worden niet gezien als 'bezoekers' en zijn dan ook niet meegenomen in de telling. Op twee dagen is bij alle punten het aantal vertrekkers geteld (donderdag/zaterdag), op twee andere dagen (woensdag/zondag) is alleen bij de vier belangrijkste punten het aantal vertrekkers geteld, waarna de overige punten zijn ingeschat.

Omdat er bij een passantentelling altijd sprake is van dubbeltellingen, is er door Strabo een correctie toegepast op de telresultaten. Aan de hand van de passantenenquête, is per dag en uitgang een correctiepercentage vastgesteld, dat aangeeft welk deel van de bezoekers nog niet klaar was met het bezoek aan de winkelstraat en dus op een later tijdstip de winkelstraat definitief zou verlaten. Na aftrek van dit correctiepercentage kan redelijk betrouwbaar worden vastgesteld, hoeveel (netto) bezoekers de winkelstraat daadwerkelijk telt.

Naast de kordontelling (rond de Utrechtsestraat en omgeving) is er een externe telling uitgevoerd bij de buiten het kordon gelegen Marqt. Om deze telresultaten te kunnen filteren op eventuele dubbeltellingen is aan bezoekers van Marqt gevraagd of zij de Utrechtsestraat hebben bezocht of dit nog gaan doen.

In totaal zijn er 436 lange (volledige vragenlijst) en 379 korte[1] enquêtes afgenomen onder de vertrekkende bezoekers van Utrechtsestraat en de omliggende straten, om zo het profiel en het winkelgedrag van de bezoekers vast te kunnen stellen. Daarnaast zijn er onder de bezoekers van de buiten het kordon gelegen Marqt nog 60 korte enquêtes afgenomen. De response lag gemiddeld op liefst 57%. Bij een vergelijking van de kenmerken van de bezoekers die wel en die niet mee wilden werken aan het onderzoek, blijkt dat bezoekers jonger dan 25 jaar en bezoekers van 55 jaar en ouder vaker hun medewerking verleenden dan de andere leeftijdscategorieën. Met de verschillen tussen de onderzoekspopulatie en de totale populatie wordt, waar relevant, rekening gehouden.

Zoals aangegeven is er op maandag, dinsdag en vrijdag geen veldwerk uitgevoerd. Dit is echter opgevangen door de toevoeging van een extra weegfactor aan de resultaten van overige doordeweekse dagen en het weekend. Zodoende zijn de totalen representatief voor een volledige week (maandag tot en met zondag).

Nb.: waar in dit rapport in het vervolg wordt gesproken over de Utrechtsestraat, wordt het gehele onderzoeksgebied bedoeld, dus de Utrechtsestraat en de zijstraten.

[1] Postcode (herkomst), bezochte winkels en besteding, samenstelling bezoekeenheid en leeftijd

2 Resultaten passantentelling

2.1 Aantal bezoekers per dag

In de onderstaande tabel is het aantal bezoekers weergegeven dat per dag de winkelstraat bezocht, vóór (bruto) en na (netto) correctie voor het aantal dubbeltellingen. Bij deze telling zijn doorgaande automobilisten en fietsers niet geteld, uitsluitend vertrekkende voetgangers, opstappende fietsers en instappende tramreizigers.

Tabel 1: Aantal bezoekers per dag, vóór en na correctie dubbeltellingen

Dag	Uren	Vóór correctie 2019	Na correctie 2019	% vóór correctie 2019	Gem. aantal bezoekers Per uur 2019	Extra bezoekers Marqt
Maandag	*09:00 – 23:00*	8.098	7.524	9%	578	*755*
Dinsdag	*09:00 – 23:00*	9.898	9.196	11%	707	*840*
Woensdag	09:00 – 23:00	13.434	12.338	15%	960	916
Donderdag	09:00 – 23:00	11.590	10.672	13%	828	725
Vrijdag	*09:00 – 23:00*	14.397	13.377	16%	1.028	*944*
Zaterdag	09:00 – 23:00	17.090	15.998	19%	1.221	695
Zondag	09:00 – 23:00	15.472	14.499	17%	1.105	283
Totaal	98 uur	89.978	83.603	100%	918	5.158

- De Utrechtsestraat is in de onderzoeksweek, op weekbasis, in totaal door ruim 90.000 mensen bezocht. Na correctie voor dubbeltellingen (7%) bedraagt het netto aantal bezoekers bijna 84.000.
- Het aantal bezoekers van Marqt wordt, op basis van de handmatige telling, geschat op 8.500 bezoekers op weekbasis. Hiervan gaf 60% in een specifiek voor deze locatie gemaakte vragenlijst aan dat zij geen andere delen van de Utrechtsestraat bezoeken. Het aantal extra bezoekers komt daarmee op ruim 5.000 en het totaal aantal bezoekers van de Utrechtsestraat inclusief Marqt komt daarmee op bijna 89.000.
- Op zondag was het, mogelijk door het zeer aangename weer, ook opvallend druk. Door de werkgelegenheid in en om de Utrechtsestraat wordt de straat ook op doordeweekse dagen relatief goed bezocht, voor een winkelstraat met name recreatief aanbod. Dit betekent ook dat het profiel en het bezoekgedrag, waar later in deze rapportage op in zal worden gegaan, op doordeweekse dagen afwijkt van het weekend.

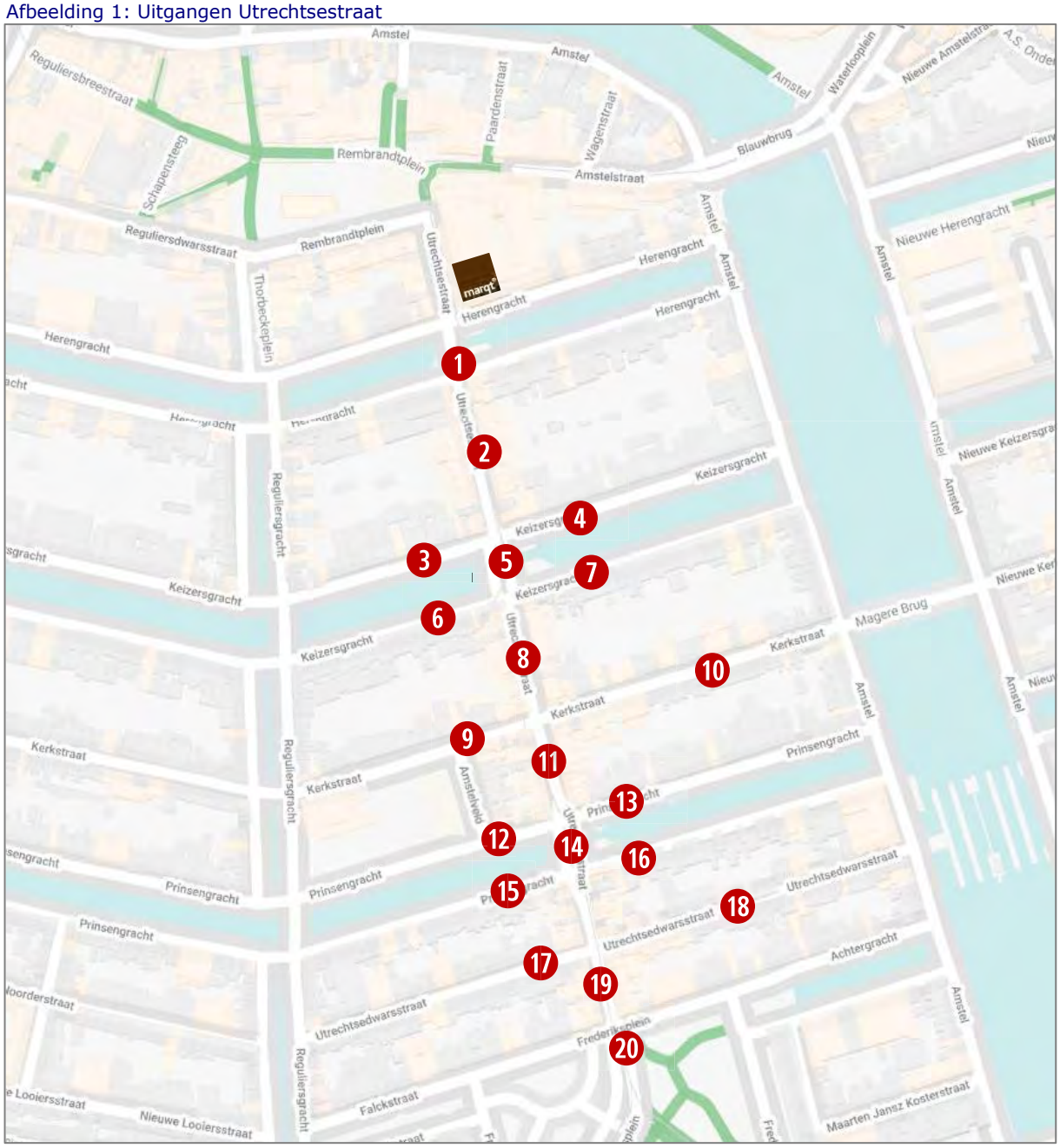
2.2 Aantal bezoekers per uitgang

Tabel 2: Aantal bezoekers per uitgang, vóór en na correctie dubbeltellingen

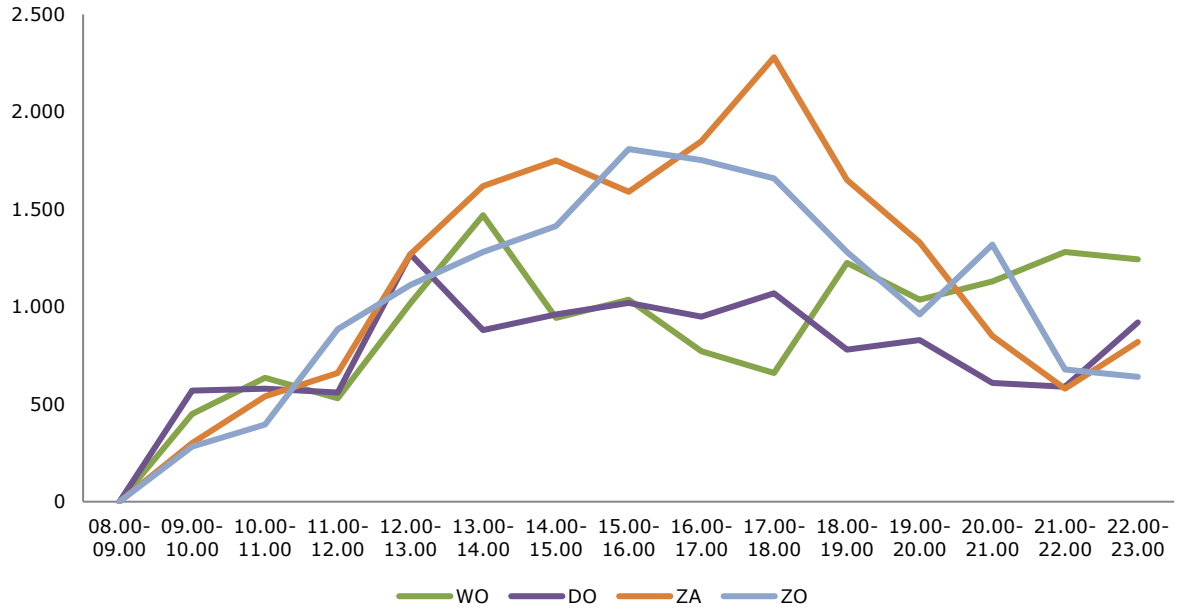
Uitgang		Vóór correctie 2019	Na Correctie 2019	% vóór correctie 2019	Gem. Aantal bezoekers per uur
1.	Herengracht, Brug 34 - Ali	29.549	26.663	33%	302
2.	Fietsers Herengracht-Keizersgracht	515	515	1%	5
3	Keizersgracht groenteboer	3.074	2.967	3%	31
4	Keizersgracht Cafe van Leeuwen	2.715	2.611	3%	28
5	Fietsers/tramhalte brug Keizersgracht	1.615	1.593	2%	16
6.	Keizersgracht Tui	2.239	2.053	2%	23
7.	Keizersgracht Bonjour	2.325	2.180	3%	24
8.	Fietsers Keizersgracht-Kerkstraat	1.811	1.775	2%	18
9.	Kerkstraat Wijnhandel Glandorf & Thijs	4.356	3.953	5%	44
10.	Kerkstraat Art a Casa	2.841	2.548	3%	29
11.	Fietsers Kerkstraat-Prinsengracht	1.365	1.365	2%	14
12.	Prinsengracht Cafe Marcella	3.723	3.723	4%	38
13.	Prinsengracht voorbij kapper bert koggink	3.035	3.035	3%	31
14.	Fietsers/tramhalte brug Prinsengracht	2.606	2.442	3%	27
15.	Prinsengracht Hamid	1.966	1.966	2%	20
16.	Prinsengracht Onder de Ooievaar	2.216	1.836	2%	23
17.	Utrechtsedwarsstraat Pata Negra	1.873	1.701	2%	19
18.	Utrechtsedwarsstraat De Utrechtse Dwarstafel	4.065	3.890	5%	41
19.	Fietsers Prinsengracht-Frederiksplein-Utr.dwarsstraat	749	749	1%	8
20.	Frederiksplein	17.339	16.039	19%	177
Totaal		89.978	83.603	100%	918
	Marqt (extra bezoekers)	*5.158*	*5.158*	-	-
Totaal inclusief Marqt		95.136	88.761		*1.035*

- Van de in totaal 20 uitgangen kunnen er twee duidelijk als belangrijkste gezien worden. Dit zijn de 'koppen' van de straat, punten 1 (richting Rembrandtplein) en 20 (richting Frederiksplein). De hier getelde bezoekers zijn echter uitsluitend voetgangers, desalniettemin goed voor 52% van het totaal. Daarnaast stapt 10% van alle bezoekers midden in de straat op de fiets of de tram en een aanzienlijk deel van hen zal ook via de 'koppen' de straat verlaten.
- De (minimaal) overblijvende 38% verlaat de straat via de grachten of zijstraten van de Utrechtsestraat.

Afbeelding 1: Uitgangen Utrechtsestraat



Afbeelding 2: Druktebeeld naar uur



- Op doordeweekse dagen loopt het aantal bezoekers in de ochtenduren op tot de piek rond lunchtijd (tussen 12.00 en 14.00 uur). Daarna neemt het aantal vertrekkende bezoekers iets af maar neemt het op woensdag in de avond weer toe.
- Het druktebeeld kent in het weekend in de ochtenduren een vergelijkbaar verloop met de doordeweekse dagen. Na het middaguur blijft het aantal bezoekers echter toenemen en ligt de piek later op de middag. Na circa 17.00 uur neemt het aantal vertrekkers direct sterk af.

2.3 Interne druktebeeldmeting

Naast de kordontelling, die aangeeft hoeveel bezoekers de straat op weekbasis trekt, is er ook een interne druktebeeldmeting uitgevoerd. Deze telling geeft voor de Utrechtsestraat aan hoe druk het op bepaalde plekken in de straat is. Dit gebeurt door het aantal voetgangers in beide richtingen te tellen. Deze telling is uitgevoerd op een viertal locaties in de Utrechtsestraat en uitsluitend op donderdag en zaterdag. Hierbij geeft de donderdag een representatief beeld voor de doordeweekse dagen en zaterdag voor de dagen in het weekend. Het resultaat van deze telling is te zien in de onderstaande tabel.

Tabel 3: Interne druktebeeldmeting Utrechtsestraat

	Herengracht – **A** - Keizersgracht			Keizersgracht – **B** - Kerkstraat		
	Richting Herengr.	Richting Keizersgr.	Totaal A	Richting Keizersgr.	Richting Kerkstraat	Totaal B
Donderdag (ddw)	3.620	3.190	6.810	4.240	3.160	7.400
Zaterdag (weekend)	4.590	5.680	10.270	5.780	5.090	10.870

	Kerkstraat – **C** - Prinsengracht			Prinsengracht – **D** - Frederiksplein		
	Richting Kerkstraat	Richting Prinsengr.	Totaal C	Richting Prinsengr.	Richting Fr'plein.	Totaal D
Donderdag (ddw)	3.740	3.840	7.580	2.250	3.170	5.420
Zaterdag (weekend)	5.260	5.730	10.990	3.180	3.500	6.680

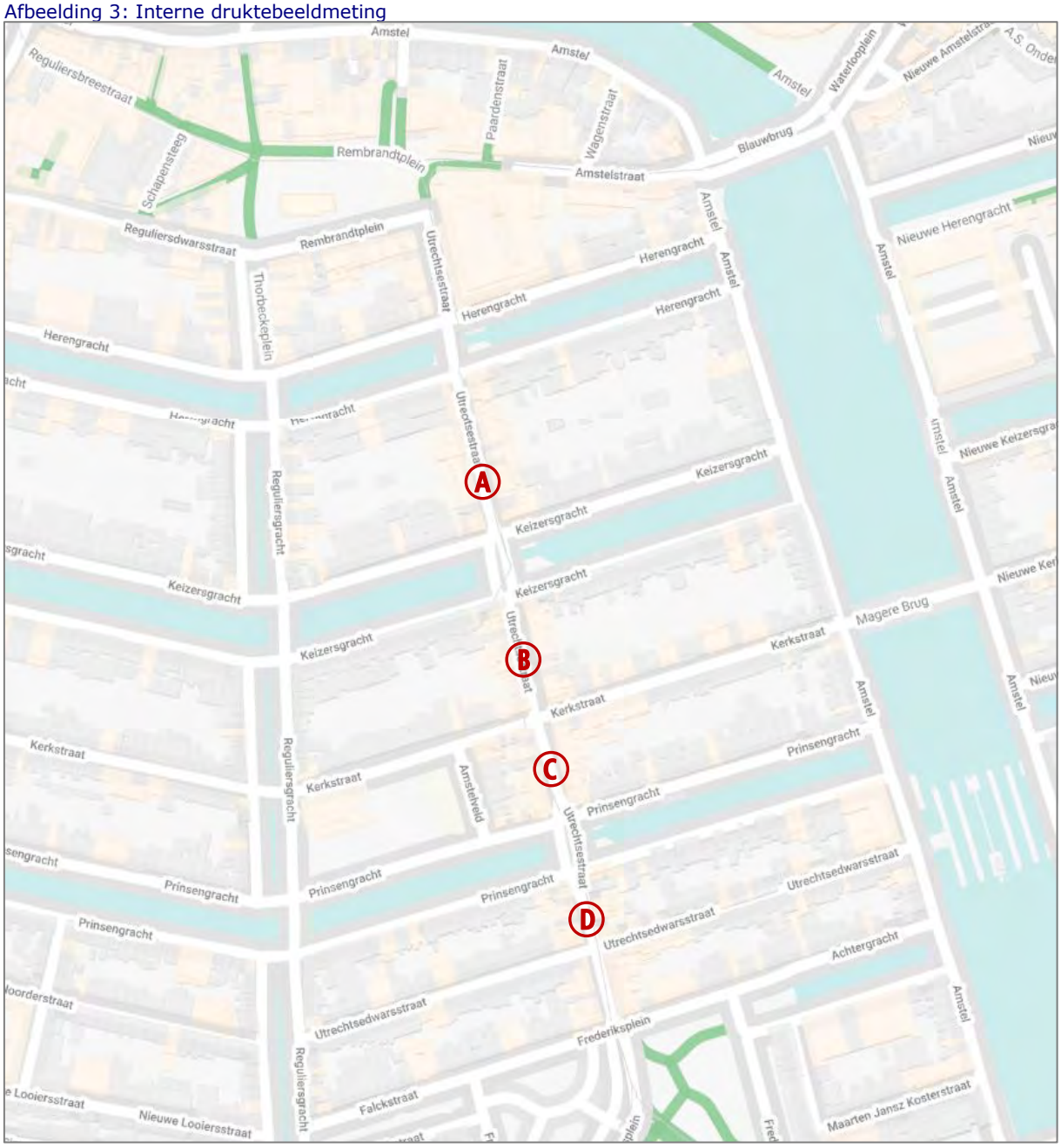
Punten C en B zijn de drukste punten. In onderstaande tabel zijn de totalen geïndexeerd ten opzichte van het totaal aantal bezoekers van de straat op de desbetreffende dagen. Te zien is dat het in 'het midden van' de straat (B en C) drukker is dan richting de koppen (A en D).

Donderdag bij punt C laat het hoogste indexcijfer zijn: 65. Dit betekent dat op die dag maximaal 65% van alle bezoekers van de Utrechtsestraat dit punt heeft bezocht. Voor punt D op zaterdag geldt dat maximaal 39% dit punt heeft bezocht. Minimaal 61% heeft dit dus niet gedaan. De cijfers in onderstaande tabel indiceren dus dat de meeste bezoekers slechts een deel van de straat bezoeken.

Tabel 4: Interne druktebeeldmeting Utrechtsestraat – geïndexeerd (totaal=100)

	Totaal aantal bezoekers (bruto)	A	B	C	D
Donderdag (ddw)	11.590	59	64	65	47
Zaterdag (weekend)	17.090	60	64	64	39

Afbeelding 3: Interne druktebeeldmeting



3 Kenmerken bezoekers en bezoekgedrag

Om inzicht te krijgen in het bezoekersprofiel en het winkelgedrag van bezoekers van Utrechtsestraat, is onder 815 vertrekkende bezoekers (436 + 379) een enquête afgenomen. De enquêteresultaten zijn gewogen naar de drukte per uitgang per dag.

3.1 Bezoekerskenmerken

3.1.1 Herkomst

Aan respondenten is gevraagd naar de postcode van het thuisadres. Op basis hiervan kan inzicht worden verkregen in de herkomst van bezoekers van Utrechtsestraat. In onderstaande tabel zijn hiervan de uitkomsten weergegeven.

Tabel 5: Bezoekers Utrechtsestraat naar herkomst

	Totaal 2019
Amsterdam, waaronder:	**68%**
Stadsdeel Centrum, waaronder:	40%
De Weteringschans	15%
Grachtengordel-Zuid	15%
Weesperbuurt/Plantage	4%
Oostelijke Eilanden/Kadijken	2%
Nieuwmarkt/Lastage	2%
Overig Centrum	3%
Stadsdeel Zuid	12%
Stadsdeel Oost	7%
Stadsdeel West	5%
Stadsdeel Nieuw-West	2%
Stadsdeel Zuidoost	2%
Stadsdeel Noord	1%
Elders Nederland, waaronder:	**18%**
Haarlem	2%
Utrecht	1%
Almere	1%
Amstelveen	1%
Buitenland, waaronder:	**14%**
Groot Brittannië	2%
Duitsland	1%
Italië	1%
Verenigde Staten	1%
Spanje	1%
België	1%
Totaal	100%

De Utrechtsestraat is een winkelstraat met verschillende functies. Op de koppen bevinden zich twee supermarkten (Albert Heijn en Marqt), het is een (recreatieve) winkelstraat met een uitgebreid mode-aanbod en het is een straat met een zeer uitgebreid horeca-aanbod bestaande uit zowel dag- als avondhoreca. In de straat zelf maar met name in de omliggende straten en aan de omliggende grachten bevindt zich verder de nodige werkgelegenheid. Deze mix van functies is van grote invloed op het herkomstbeeld van de bezoekers.

- Circa twee derde van de bezoekers is woonachtig in Amsterdam. Veel van hen wonen in de directe omgeving van de Utrechtsestraat (15% Weteringschans, 15% Grachtengordel Zuid).
- 18% komt van buiten Amsterdam naar de straat, hetzij omdat zij in de omgeving werkzaam zijn of vanuit toeristische overwegingen. Het is in het laatste geval overigens niet duidelijk of men specifiek voor de Utrechtsestraat naar Amsterdam zijn gekomen of dat men 'een dagje Amsterdam' doet. Deze 18% woont met name in de omliggende regio, in plaatsen als Haarlem, Velserbroek, Diemen en Amstelveen.
- Een vergelijkbaar aandeel van de bezoekers (14%) bestaat uit buitenlandse toeristen. Dit aandeel wordt mogelijk iets onderschat omdat de respons onder deze groep wat lager ligt dan onder andere groepen. Circa de helft van de buitenlandse toeristen komt uit West-Europa.
- In vergelijking met de Kalverstraat of Oude/Nieuwe Hoogstraat ligt het aandeel Amsterdamse bezoekers relatief hoog. Het aandeel buitenlandse toeristen ligt in de Utrechtsestraat op ongeveer de helft van dat in deze andere Centrum-straten.

- Onderstaande tabel geeft inzicht in de herkomstverdeling naar weekdeel. Te zien is dat de verschillen tussen de doordeweekse en de weekenddagen opvallend gering zijn.

Tabel 6: Bezoekers Utrechtsestraat naar herkomst naar weekdeel

	doorde-weeks	weekend	totaal
Amsterdam Centrum	40%	38%	39%
Overig Amsterdam	30%	27%	29%
Overig Nederland	17%	20%	18%
Buitenland	13%	16%	14%
Totaal	100%	100%	100%

Afbeelding 4: Herkomst (Nederlandse) bezoekeenheden



3.1.2 Leeftijd

Tabel 7: Leeftijd bezoekers naar herkomst (totaal inclusief non-response)

	Amsterdam	Elders NL	Buitenland	Totaal 2019
15 – 19 jaar	3%	2%	1%	2%
20 – 24 jaar	9%	17%	22%	11%
25 – 34 jaar	22%	17%	23%	24%
35 – 44 jaar	18%	9%	28%	18%
45 – 54 jaar	14%	20%	12%	16%
55 – 64 jaar	16%	22%	3%	16%
65 – 75 jaar	11%	10%	11%	9%
75 jaar of ouder	7%	4%	1%	4%
Totaal	100%	100%	100%	100%

- De Utrechtsestraat trekt bezoekers uit alle leeftijdsklassen: 37% is jonger dan 35 jaar, 34% is tussen de 35 en 55 jaar oud en 29% is ouder dan 55 jaar.
- Met name de buitenlandse toeristen zijn vrij jong. Driekwart van hen is jonger dan 45 jaar.

3.1.3 Inkomen

Tabel 8: Netto huishoudinkomen bezoekers naar herkomst

	Amsterdam	Elders NL	Buitenland	Totaal 2019
minder dan € 1.500	12%	8%	25%	13%
€ 1.500 - € 2.100	16%	11%	19%	15%
€ 2.100 - € 2.900	22%	26%	20%	23%
€ 2.900 - € 4.000	19%	16%	11%	18%
€ 4.000 of meer	30%	39%	25%	31%
Totaal	100%	100%	100%	100%

- Ook qua inkomen trekt de straat bezoekers uit alle klassen al ligt het aandeel boven modale inkomens (49%) en met name het aandeel van de hoogste inkomensklasse relatief hoog (31%).
- Met name onder buurtbewoners en een deel van de in de buurt werkende bezoekers ligt het inkomen hoog.

3.1.4 Omvang en samenstelling bezoekeenheid

Tabel 9: Omvang bezoekeenheid naar herkomst (totalen inclusief non-response)

	Amsterdam	Elders NL	Buitenland	Totaal 2019
1 persoon	72%	62%	35%	70%
2 personen	23%	32%	45%	24%
3 of meer personen	4%	6%	20%	5%
Gem. omvang	1,35	1,44	1,94	1,38

- De gemiddelde omvang van een bezoekeenheid bedraagt in de Utrechtsestraat 1,38. Dit leidt, in combinatie met de 83.603 (netto) bezoekers, tot 60.582 bezoekeenheden op weekbasis. Inclusief de 3.632 bezoekeenheden die uitsluitend de Marqt hebben bezocht komt het totaal op 64.214.
- De meeste bezoekers (70%) komen alleen naar de Utrechtsestraat. Naar herkomst en doel bestaan er echter grote verschillen. Gesteld kan worden dat hoe doelgerichter het bezoek is, hoe kleiner de bezoekeenheid (buurtbewoners, werkenden) en hoe recreatiever het karakter van het bezoek, hoe groter de omvang per bezoekeenheid is (Nederlandse en buitenlandse toeristen). Dit leidt er ook toe dat de omvang op doordeweekse dagen (1,3), wanneer het bezoek doorgaans vaker een doelgericht karakter heeft, lager ligt dan in het weekend (1,5).

Tabel 10: Samenstelling bezoekeenheid naar herkomst (totalen inclusief non-response)

	Amsterdam	Elders NL	Buitenland	Totaal 2019
Vrouw alleen	34%	35%	13%	34%
Vrouw en kind(eren)	3%		1%	3%
Twee vrouwen	4%	11%	11%	5%
Man alleen	39%	27%	22%	36%
Man en vrouw	12%	13%	24%	13%
Man, vrouw en kind(eren)	3%	4%	10%	3%
Twee mannen	4%	8%	8%	3%
Anders	2%	2%	10%	3%
totaal	100%	100%	100%	100%

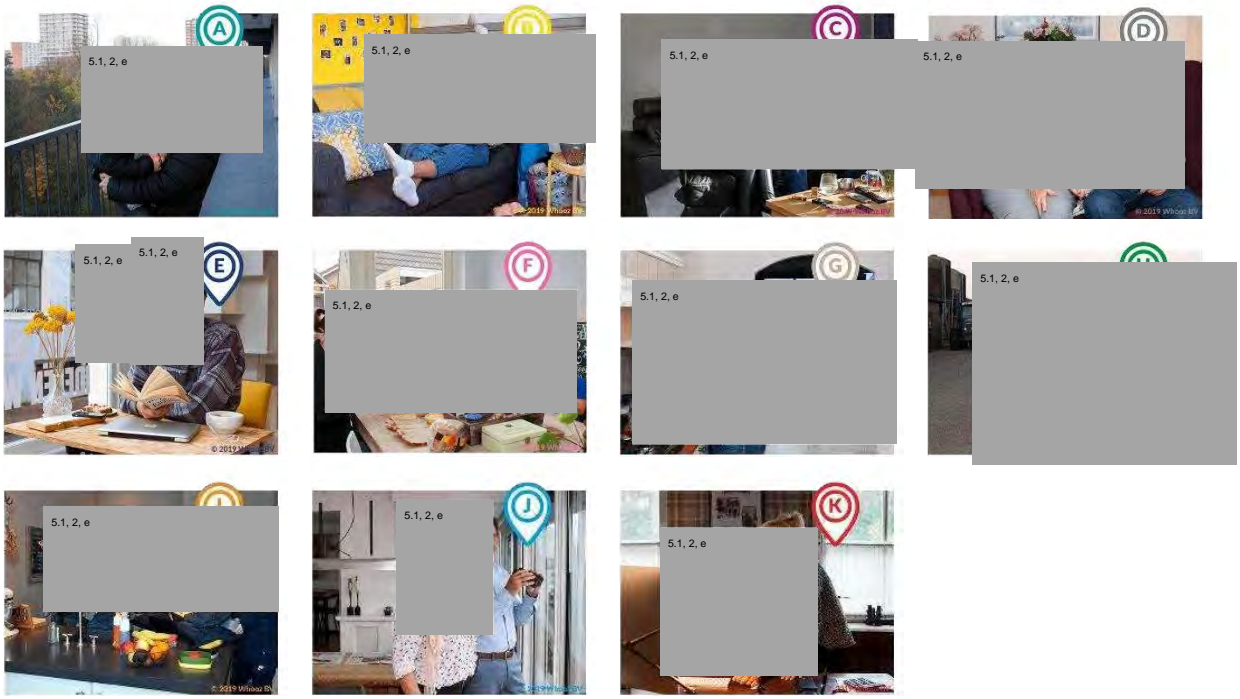
- Zoals gezegd bestaan er grote verschillen naar herkomst (en bezoekdoel), hetgeen ook bovenstaande tabel duidelijk maakt. Van het lokale publiek bestaat 34% uit een alleengaande vrouw en 39% uit een alleengaande man, samen 72%. Met name het aandeel alleengaande vrouwen ligt laag onder de buitenlandse bezoekers.
- De ene helft van de bezoekers bestaat uit vrouwen (48%) en de andere uit mannen (49%). Doorgaans zijn vrouwen ruim in de meerderheid waar er hier sprake is van een zeker evenwicht tussen het aandeel mannen en vrouwen. Waar het aandeel kinderen onder de 15 jaar daarnaast in een planmatig (recreatief) winkelgebied vaak een procent of 7% bedraagt, ligt dit aandeel in de Utrechtsestraat op slechts 2%.

3.1.5 Whize-analyse bezoekers

Whize van Whooz is een segmentatiemodel. Huishoudens worden ingedeeld in verschillende doelgroepen, op basis van socio-economische kenmerken, zoals leeftijd, huishoudensamenstelling, levensfase, inkomen en woningbezit.

Door een koppeling tussen de postcodes van respondenten (uitsluitend Nederlandse postcodes) en Whooz Whize-gegevens wordt er inzicht verschaft in wat voor type bezoekers het winkelgebied kent.

Afbeeldingen 6a tot en met 6d geven een korte beschrijving van de vier grootste Whize-groepen onder de inwoners



Tabel 11a: Whizegroep - bezoekers

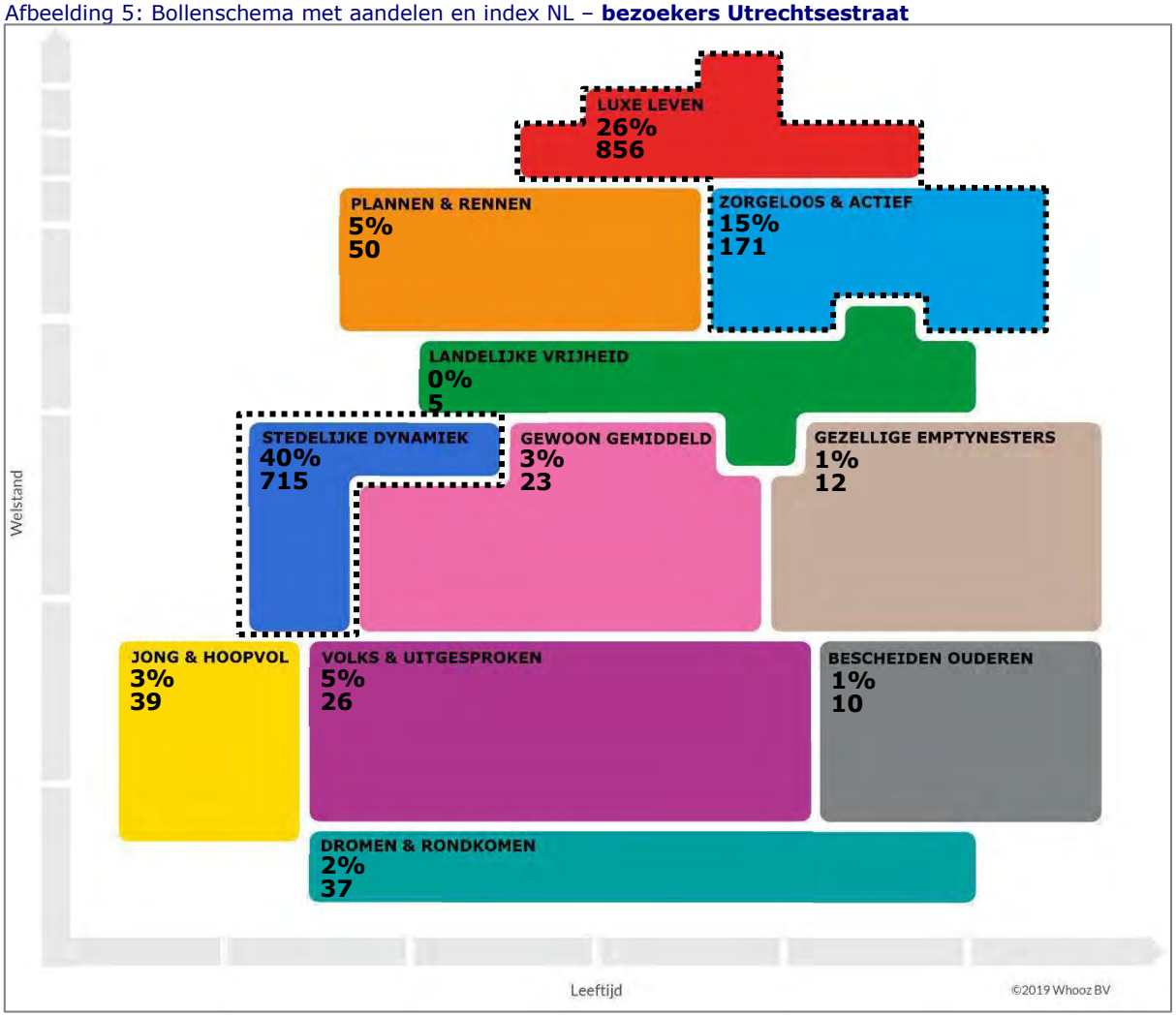
	Bezoekers	Nederland	Index bezoekers vs. Nederland
A - Dromen en Rondkomen	2%	5%	37
B - Jong en Hoopvol	3%	7%	39
C - Volks en Uitgesproken	5%	18%	26
D - Bescheiden Ouderen	1%	10%	10
E - Stedelijke Dynamiek, waaronder:	**40%**	**6%**	**715**
E21 – Hip en Stads	**28%**	**1%**	**1979**
F - Gewoon Gemiddeld	3%	13%	23
G - Gezellige Emptynesters	1%	12%	12
H - Landelijke Vrijheid	0%	8%	5
I - Plannen en Rennen	5%	10%	50
J - Zorgeloos en Actief	**15%**	**9%**	**171**
K - Luxe Leven	**26%**	**3%**	**856**
Totaal	100%	100%	100

- Bovenstaande tabel geeft een overzicht van Whize-verdeling van de (Nederlandse) bezoekers. Meer dan 80% van de bezoekers van de Utrechtsestraat behoort tot een van volgende drie Whize-groepen: Stedelijke Dynamiek (40%), Luxe Leven (26%) en Zorgeloos en Actief (15%). Alle drie deze groepen zijn sterk oververtegenwoordigd ten opzichte van de landelijke verdeling. Dit geldt in het bijzonder voor de eerste twee groepen (indices van 715 / 856).
- Onderstaande tabel (11b) geeft verder inzicht het profiel (huishoudens) en de bezoekers van het primair verzorgingsgebied (postcode 1017). Te zien is dat Luxe Leven oververtegenwoordigd is onder de bezoekers ten opzichte van de huishoudens in dit gebied (43% tegenover 34%). Zorgeloos en Actief is daarentegen ondervertegenwoordigd.
- Beide groepen zijn hoog opgeleid, maar de groep Stedelijke Dynamiek is over het algemeen jonger dan de groep Luxe Leven, heeft een modaal tegenover een (twee keer) modaal inkomen en kiest eerder voor de fiets of het openbaar vervoer dan voor de auto. Luxe Leven kan, zoals de naam al aangeeft luxe leven. Men beschikt over een woning aan bijvoorbeeld de Prinsengracht en geeft bovengemiddeld veel uit aan mode en delicatessen. Het huidige aanbod van de Utrechtsestraat sluit zeer goed aan bij deze beide groepen.

Tabel 11b: Whizegroep – bezoekers primair verzorgingsgebied (postcode 1017)

	Bezoekers primair	Huishoudens	Index bezoekers vs. huishoudens
E - Stedelijke Dynamiek	44%	43%	102
J - Zorgeloos en Actief	14%	21%	66
K - Luxe Leven	43%	34%	128
Totaal	100%	100%	100

Afbeelding 5: Bollenschema met aandelen en index NL – **bezoekers Utrechtsestraat**

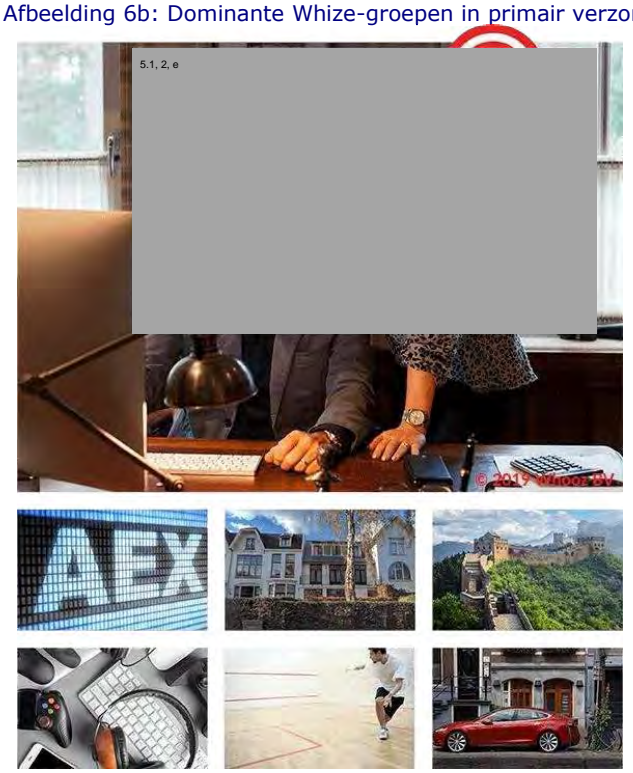


Afbeelding 6a: Dominante Whize-groepen in primair verzorgingsgebied: **Stedelijke Dynamiek**



- Jonger dan 50 jaar
- Alleenstaand of samen
- Voornamelijk zonder kinderen
- Studerend, werkloos of zoekend, loondienst, vrij beroep, ondernemer
- Hoger of universitair opgeleid
- Modaal
- Koopappartement
- Trein, tram, bus
- Verhuizingen / Hockey, surfen, zwemmen, fitness / Discotheek, café / Citytrips / Concert, opera, museum / Comedy Central / Slam!, FunX / Cosmopolitan, Grazia, Glamour, / Elle, Vogue / Parool

Afbeelding 6b: Dominante Whize-groepen in primair verzorgingsgebied: **Luxe Leven**



- 45 - 75 jaar
- Samen
- Huishoudens met en zonder kinderen
- Loondienst, ondernemer, vrij beroep, (pre)pensioen
- Hoger of universitair opgeleid
- Meer dan 2 keer modaal
- Vrijstaande woning
- Twee auto’s
- Golf, snowboarding , paardrijden / Verre reizen / Wintersport / Opera, theater, museum, casino / Beleggen / Delicatessenwinkel / VPRO / BNR nieuwsradio / Residence, Eigen huis & Interieur / NRC Handelsblad

Afbeelding 6c: Dominante Whize-groepen in primair verzorgingsgebied: **Zorgeloos Actief**



- Ouder dan 50 jaar
- Samen
- Geen kinderen
- Loondienst, ondernemer, vrij beroep, (pre)pensioen
- Hoger of universitair
- 1,5 keer modaal
- 2-onder-1-kap of vrijstaand
- Twee auto's
- Golfen, tennissen, fietsen, wandelen / Vaak op reis / Opera, theater, museum / Beleggen / Vrijwilligerswerk / Literatuur / VPRO / NPO 4, Classic FM / Kampioen, reismagazines / NRC Handelsblad

3.2 Bezoekgedrag

3.2.1 Bezoekfrequentie

Hoe vaak bezoekt men het winkelgebied doorgaans? Iedere dag? Of bijvoorbeeld slechts eens per maand? Onderstaande tabel geeft hierop het antwoord.

Tabel 12: Bezoekfrequentie naar herkomst

	Amsterdam	Elders NL	*Buitenland*	Totaal 2019
Elke dag	35%		*15%*	27%
3-5 keer per week	22%	19%	*22%*	22%
2 keer per week	12%	9%	*10%*	11%
1 keer per week	5%	11%	*4%*	6%
1 keer per 2 weken	8%	5%		7%
1 keer per maand	11%	19%		12%
Minder vaak	7%	33%		12%
Dit is de 1e keer	1%	4%	*50%*	4%
Gem. bez. freq. per week	3,2	1,1	*1,9*	2,7

- Gemiddeld bezoekt men de Utrechtsestraat 3 keer per week (2,7) en velen geven aan de straat dagelijks te bezoeken. Door de mix aan doelgroepen (bewoners, werkenden, Nederlandse dagjesmensen en buitenlandse toeristen) is dit cijfer lastig te duiden. Interessanter zijn de verschillen naar herkomst. Bovenstaande tabel laat zien dat Amsterdammers er gemiddeld 3,2 keer per week komen. De bewoners van de omliggende buurten (Weteringschans, Grachtengordel-Zuid) bezoeken de Utrechtsestraat, overigens niet geheel verrassend bijna 5 keer per week. 80% van hen bezoekt zegt de straat zelfs dagelijks te bezoeken. Voor in de buurt werkende bezoekers bestaat niet geheel verrassend hetzelfde beeld.
- Voor de buitenlandse toeristen geldt vanzelfsprekend dat zij de straat niet het hele jaar door 2 keer per week bezoeken. Dit geldt alleen voor de dagen dat zij in Amsterdam verblijven. Dit verschil in interpretatie van de vraag is verder niet van significante invloed op de totalen.
- Doordat de Utrechtsestraat veel bezoeken kent van buurtbewoners en in de buurt werkzaam personeel ligt de bezoekfrequentie hier, in vergelijking met bijvoorbeeld de Kalverstraat of Oude/Nieuwe-Hoogstraat, een stuk hoger.

3.2.2 Bezoekduur

Tabel 13: Bezoekduur naar herkomst

	Amsterdam	Elders NL	Buitenland	Totaal 2019
5 minuten of minder	4%	2%		3%
6 tot 15 minuten	41%	39%	16%	38%
15 tot 30 minuten	26%	19%	24%	24%
30 tot 60 minuten	13%	19%	42%	17%
Eén tot twee uur	11%	14%	18%	13%
Twee uur of langer	5%	7%		5%
Gem. bezoekduur (min)	25	29	31	26

- De straat kent heel veel relatief korte bezoeken. Zo is 41% binnen een kwartier klaar. Een gemiddeld bezoek aan Utrechtsestraat duurt iets minder dan een half uur (26 minuten) maar dit is puur een gemiddelde van alle bezoekers aangezien er naast de vele korte bezoeken ook genoeg bezoekers zijn die meer dan een uur in de straat verblijven (18%).
- De verschillen naar herkomst worden met name bepaald door de verschillen in bezoekfrequentie en bezoekdoel. 'Lokaal' bezoek (buurtbewoners/werkenden) is beter bekend met het aanbod en is dus doelgerichter en sneller bij het bezoek.

3.2.3 Vervoerwijze

Tabel 14: Vervoerwijze naar herkomst

	Amsterdam	Elders NL	Buitenland	Totaal 2019
Lopend	55%	49%	65%	55%
(Brom-)fiets	34%	19%	22%	31%
Auto/motor	5%	21%		7%
Openbaar vervoer	6%	12%	14%	7%
Totaal	100%	100%	100%	100%

- De meeste bezoekers komen lopend naar de Utrechtsestraat (55%). Daarnaast komt bijna een derde met de fiets (31%). Relatief weinig bezoekers hebben gebruik gemaakt van de auto of het openbaar vervoer.
- Doordat is gevraagd hoe men naar de Utrechtsestraat is gekomen, kan het zijn dat het aandeel lopend iets is overschat en bijvoorbeeld het aandeel openbaar vervoer juist iets is onderschat. Indien men bijvoorbeeld met de trein/metro naar Amsterdam Centrum is gekomen maar het laatste stuk te voet heeft afgelegd, zal dit laatste doorgaans als vervoerswijze zijn genoteerd, ook als men op het Rembrandtplein uit de tram is gestapt.

3.3 Bezochte winkels en bestedingen

3.3.1 Bezochte winkels, horeca- en overige voorzieningen

In totaal hebben respondenten samen meer dan 100 verschillende winkels of horecagelegenheden bezocht in de Utrechtsestraat. Onderstaande tabel geeft hiervan een beknopt overzicht (door minimaal 2% bezocht.

Tabel 15: Bezochte winkels, horeca- en overige voorzieningen naar herkomst (door minimaal 2% genoemd)

	Amsterdam	Elders NL	Buitenland	Totaal 2019
Geen	27%	30%	42%	30%
Albert Heijn	20%	12%	6%	17%
Marqt	11%	7%	10%	10%
Concerto	6%	10%	8%	7%
Coffeeshop Boerejongens[2]	4%	5%	11%	5%
Rituals	4%	1%	1%	3%
Café van Leeuwen	3%	1%	3%	3%
Sissy Boy	3%	4%	1%	3%
Bakkerij Verhagen	4%	1%		3%
Brug 34	2%	3%	3%	3%
Chocolaterie Van Soest	3%	3%		2%
Kaashuis Tromp	3%	1%	2%	2%
De Koffiesalon	3%	0%	1%	2%
Verhijen, cigars & more	3%		1%	2%
Electronica Boutique	2%			2%
Café Onder de Ooievaar	1%	3%		2%
Patisserie Kuyt	2%	2%		2%
Kookwinkel Studio Bazar	1%	5%		2%

- 30% van de bezoekers heeft geen winkels of horeca bezocht tijdens het bezoek. 70% heeft dit dus wel gedaan. Met name onder buitenlandse toeristen ligt het winkel- en horecabezoek relatief laag (58%). Dit geldt overigens ook voor Nederlandse toeristen.
- De grootste trekker van het winkelgebied is duidelijk Albert Heijn. Van alle bezoekers heeft 17% deze supermarkt bezocht en van de buurtbewoners heeft maar liefst 42% deze winkel bezocht. Voor buurtbewoners geldt verder dat ze naast deze supermarkt en een incidenteel bezoek aan de sigarenzaak, bakker of kapper vrij weinig andere winkels bezoeken.
- Supermarkt Marqt is door 10% bezocht en het unieke aanbod van Concerto zorgt er voor dat deze zaak een groot verzorgingsgebied kent. Van de Nederlandse toeristen heeft liefst 28% deze 'recordstore' bezocht en Concerto is daarmee een doel op zich.

[2] Mogelijk is het bezoek aan Boerejongens in dit onderzoek enigszins onderschat doordat de respons onder klanten van deze coffeeshop naar alle waarschijnlijkheid benedengemiddeld ligt.

- Voor de buitenlandse bezoekers is coffeeshop Boerejongens de grootste trekker (11%). Afgezien van Albert Heijn en eventueel Concerto bezoeken zijn weinig andere winkels of horecagelegenheden.
- De bovenstaande top 16 wordt vooral gevuld door winkels in de dagelijkse sector (Rituals, Verhagen, Van Soest, Tromp, Verhijen, Kuyt) die bovengemiddeld worden bezocht door de in de buurt werkzame bezoekers en horeca (van Leeuwen, Brug 34, De Koffiesalon, Onder de Ooievaar). Van de vele winkels in de modesector die de straat kent komt alleen Sissy Boy naar boven in bovenstaande tabel.

Tabel 16: Aantal bezochte winkels, horeca- of overige voorzieningen naar herkomst

	Amsterdam	Elders NL	Buiten-land	Totaal 2019
Geen	27%	30%	42%	30%
1 winkel	55%	50%	49%	53%
2 winkels	14%	11%	7%	12%
3 winkels	3%	6%	2%	3%
4 winkels of meer	1%	2%	0%	1%
Gem. aantal bez. winkels	1,0	1,0	0,7	1,0

- Zoals reeds aangegeven heeft 30% geen winkels of horeca bezocht. Indien men wel winkels bezoekt, is dit vaak slechts één winkel. Het bezoek is dus vaak zeer gericht.
- Dit leidt er toe dat het gemiddelde, met 1,0 winkel/horecagelegenheid, relatief laag ligt. Onder de winkel- en horecabezoekers ligt dit gemiddelde op 1,3.

- De onderstaande tabel geeft het combinatiebezoek tussen de drie grootste trekkers (Albert Heijn, Concerto en Boerejongens) en overige winkels/horeca weer.
- Indien men Albert Heijn bezoekt, geldt dat een derde (32%) van hen ook nog andere winkels en horeca bezoekt. Voor Concerto geldt ongeveer hetzelfde. Bezoekers van Boerejongens bezoeken echter aanzienlijk minder vaak andere winkels/horeca in de Utrechtsestraat (18%), waarbij wij verwachten dat dit cijfer, door enige bias in de respons onder de coffeeshop bezoekers, in de praktijk lager ligt.

Tabel 17: Bezoek Albert Heijn/Concerto/Boerejongens naar herkomst

	Amsterdam	Elders NL	Buiten-land	Totaal 2019
Alleen Albert Heijn	63%	86%	91%	68%
Albert Heijn en andere winkels/horeca	37%	14%	9%	32%
Alleen Concerto	48%	67%	100%	61%
Concerto en andere winkels/horeca	52%	33%		39%
Alleen Boerejongens	76%	100%	84%	82%
Boerejongens en andere winkels/horeca	24%		16%	18%

Tabel 18: Combinatiebezoek branches

	Amsterdam	Elders NL	Buiten-land	Totaal 2019
Geen winkels bezocht	27%	30%	42%	30%
alleen supermarkt(en)	13%	10%	5%	11%
alleen overig dagelijks	13%	3%	1%	10%
alleen dagelijks	2%	0%		2%
alleen mode	5%	9%	5%	6%
alleen overig niet dagelijks	8%	16%	10%	10%
alleen niet dagelijks	2%	4%		2%
dagelijks en niet dagelijks	6%	5%	0%	5%
alleen horeca	16%	18%	31%	19%
winkels en horeca	6%	5%	5%	5%
overig	2%	0%		1%
Totaal	100%	100%	100%	100%

- Eerder werd aangegeven dat het aantal bezochte winkels, mede door het hoge aandeel dat geen winkel bezoekt, relatief laag ligt (1,0). Bovenstaande tabel laat daarnaast zien dat combinatiebezoek tussen branches ook vrij laag ligt. Zo bezoekt 11% alleen de supermarkt en verder niets, bezoekt 10% louter één of mogelijk meerdere winkels overige dagelijkse winkels (versspeciaalzaken, drogisterijen) en bezoekt circa één op de vijf bezoekers alleen één of meerdere horecagelegenheden.
- Slechts 5% maakt de combinatie tussen de dagelijkse en de niet-dagelijkse sector, bijvoorbeeld door een bezoek aan de bakker te combineren met een bezoek aan Concerto.
- In andere winkelgebieden geldt horeca vaak als winkelondersteunend, waarbij men tijdens het winkelen ook nog ergens een kopje koffie gaat drinken. Dit geldt niet voor de Utrechtsestraat, waar horecabezoek een zelfstandig doel op zich is. De combinatie tussen winkels en horeca wordt opvallend weinig gemaakt (5%). Echter, van alle horecabezoekers heeft een vijfde ook winkels bezocht[3].
- Toevoeging van winkels in de frequent benodigd niet-dagelijkse sector (Etos, Kruidvat, Hema, Bruna et cetera) kunnen het combinatiebezoek tussen branches stimuleren en het aantal bezochte winkels doen toenemen. Het is echter de vraag of de locatie voor dergelijke retailers op basis van footfall en huurprijs aantrekkelijk genoeg is.

[3] 5% / (19% + 5%)

3.3.2 Bestedingen

Tabel 19: Besteding per bezoekeenheid naar herkomst (totalen na leeftijdscorrectie)

	Amsterdam	Elders NL	Buitenland	Totaal 2019
Niets	37%	50%	53%	42%
Minder dan € 10	15%	15%	6%	14%
€ 10 tot € 25	28%	14%	20%	24%
€ 25 tot € 50	10%	8%	12%	10%
€ 50 tot € 75	5%	4%	6%	5%
€ 75 of meer	5%	9%	3%	6%
Gemiddelde besteding	€ 21,46	€ 22,71	€ 15,29	€ 21,00

- De gemiddelde besteding in de Utrechtsestraat bedraagt € 21,- per bezoekeenheid (na leeftijdscorrectie) per bezoek per bezoekeenheid.
- 42% van de respondenten heeft niets uitgegeven bij een bezoek aan Utrechtsestraat. 30% heeft geen winkels bezocht. Dit betekent dat 12%[4] weliswaar één of meerdere winkels heeft bezocht, maar niets heeft uitgegeven.
- De meeste bestedingen liggen vrij laag. 38% van alle de bezoekers en 65% van de besteders heeft minder dan € 25,- besteed. Dit geldt in het bijzonder voor buurtbewoners als in de buurt werkzame personen. Beide groepen besteden gemiddeld zo'n € 16,- per bezoek (per bezoekeenheid).

Tabel 20: Gemiddelde besteding (totaal) naar sector (na leeftijdscorrectie)

	Totaal 2019	Aandeel 2019
supermarkten	€ 3,30	16%
dagelijks	€ 3,61	17%
mode	€ 4,39	21%
overig niet-dagelijks	€ 4,87	23%
horeca	€ 4,09	19%
ambachten/dienstverlening	€ 0,74	4%
Totaal	€ 21,00	100%

- De bestedingen in de straat zijn redelijk verspreid over de verschillende branches. Geen van de branches is dominant. 28% komt voor rekening van de dagelijkse sector, 47% voor de niet-dagelijkse sector en de horecasector neemt 21% van de totale omzet voor haar rekening. Opvallend genoeg ligt dit aandeel op de doordeweekse dagen (24%) hoger dan in het weekend (16%). Het tegenovergestelde geldt voor de modesector die het met name van het weekend lijkt te moeten hebben: zo ligt de gemiddelde besteding per bezoekeenheid voor deze sector op doordeweekse dagen onder de € 2,-, terwijl deze in het weekend op ruim € 10,- ligt.
- Naar doelgroep bestaan er duidelijke, maar niet echt verrassende verschillen. Buurtbewoners bezoeken vooral de supermarkt en besteden hier ook bovengemiddeld. In

[4] 42% (niets uitgegeven) -30% (geen bezochte winkels) = 12% (wel winkels bezocht maar niets uitgegeven)

de buurt werkzame personen besteden juist bovengemiddeld in de overige dagelijkse sector (versspeciaalzaken) en Nederlandse toeristen besteden relatief veel in de mode- en horecasector maar ook in de (overige) niet-dagelijkse sector (Concerto). Zij besteden juist weer weinig in de dagelijkse sector. Buitenlandse toeristen besteden benedengemiddeld en besteden hun geld met name in de horeca en in het bijzonder bij coffeeshop Boerejongens.

- Met behulp van het netto aantal bezoekers per week, de gemiddelde omvang van de bezoekeenheid en de gemiddelde besteding kan de week- en jaaromzet worden berekend. De totale weekomzet van de Utrechtsestraat ordt, op basis van 64.214 (netto) bezoekeenheden per week en een gemiddeld besteed bedrag van € 21,00, in de onderzoeksweek geschat op € 1,4 miljoen en zo'n € 70,1 miljoen op jaarbasis.
- Uitgaande van deze omzetschatting en een gemiddelde huurquote van 15% gaan wij in de Utrechtsestraat uit van een (maximaal) te realiseren huurprijsniveau van € 800,- per m^2 BVO in de mode-sector. Omdat bovenstaande omzet, naar onze verwachting, iets te hoog is ingeschat, betreft dit duidelijk een maximum.

Onderstaande tabel vergelijkt de bezoekersaandelen met de omzetaandelen. Op deze manier wordt duidelijk in hoeverre de bezoekers- en omzetaandelen overeenkomen of van elkaar verschillen.

Tabel 21: Bezoekersaandeel versus omzetaandeel

	Bezoekers	Omzet
Amsterdam	68%	70%
Elders Nederland	18%	20%
Buitenland	14%	10%
<35 jaar	37%	33%
35-55 jaar	**34%**	**45%**
55 jaar >	29%	23%
Stedelijke Dynamiek	40%	38%
Zorgeloos en Actief	15%	13%
Luxe Leven	**26%**	**32%**
Lopend	55%	50%
(Brom)fiets	31%	27%
Auto/motor	**7%**	**18%**
Openbaar vervoer	7%	5%

- 34% van de bezoekers is tussen de 35 en 55 jaar oud. Van de omzet komt 45% bij deze groep vandaan. De groep besteed dus bovengemiddeld en is omzettechnisch van groot belang.
- Naar Whize en vervoerswijze bestaan er ook duidelijke de verschillen. Naar herkomst zijn de verschillen relatief klein. Zo besteed het kwart van de bezoekers dat te typeren van als Luxe Leven duidelijk bovengemiddeld. Dit geldt ook voor het kleine deel van

de bezoekers dat gebruik heeft gemaakt van de auto (7%). Voor beiden geldt dat hun omzetaandeel (aanzienlijk) groter is dan hun herkomstaandeel. Naar vervoerswijze geldt desalniettemin dat driekwart van de omzet bij voetgangers of fietsers vandaan komt.

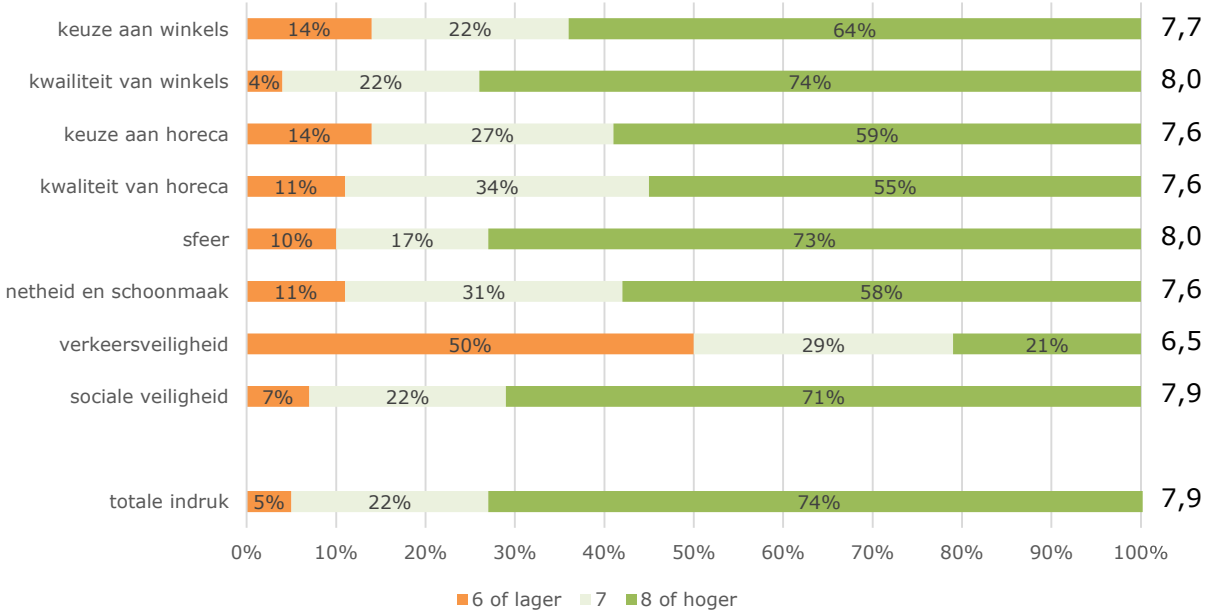
3.4 Waardering

3.4.1 Waardering

Aan de respondenten is gevraagd naar hun oordeel over een aantal aspecten van het winkelgebied. Onderstaande afbeelding geeft hiervan de resultaten weer.

Bij het interpreteren van de rapportcijfers, zoals deze in onderstaande afbeelding zijn weergegeven, is het volgende van belang: een 7,5 of hoger is goed tot uitstekend, tussen de 6,5 en 7,5 is matig tot redelijk en een rapportcijfer lager dan 6,5 dient te worden geïnterpreteerd als onvoldoende.

Afbeelding 7: Waardering



- Bovenstaande afbeelding laat duidelijk zien dat men tevreden is over de meeste aspecten van het winkelgebied. 74% beoordeelt de totale indruk met een 8 of hoger, gemiddeld een 7,9 oftewel een (zeer) ruime voldoende. Buitenlandse toeristen beoordelen de totale indruk zelfs met een 8,7. Nederlanders geven gemiddeld een 7,8.
- Vrijwel alle overige, meer specifieke, aspecten worden vergelijkbaar gewaardeerd. De kwaliteit van de winkels en de sfeer scoren zelfs een 8,0.
- Slecht één aspect springt er negatief bovenuit: de verkeersveiligheid. De helft van de bezoekers beoordeelt dit aspect met een 6 of lager waardoor het gemiddelde uitkomt

op een 6,5. Dit geldt zowel voor frequente als infrequente bezoekers van de straat en zij geven daarmee een duidelijk signaal af.

3.4.2 Netto Promotor Score (NPS)

De Netto Promotor Score is een tool die doorgaans wordt gebruikt om klantloyaliteit te meten. Dit gebeurt door het stellen van de volgende vraag: Kunt u, op een schaal van 0-10, aangeven in hoeverre u dit product (in dit geval winkelgebied de Utrechtsestraat) zou aanbevelen bij vrienden of kennissen? Respondenten die hierop een 6 of lager geven worden gezien als 'detractors', respondenten die hierop een score van 9 of 10 geven worden gezien als 'promotors' van het product. De promotors minus de detractors leidt tot de NPS-score. Deze score ligt voor winkelstraten en -centra doorgaans lager dan voor andere producten of merken.

Tabel 22: NPS naar herkomst

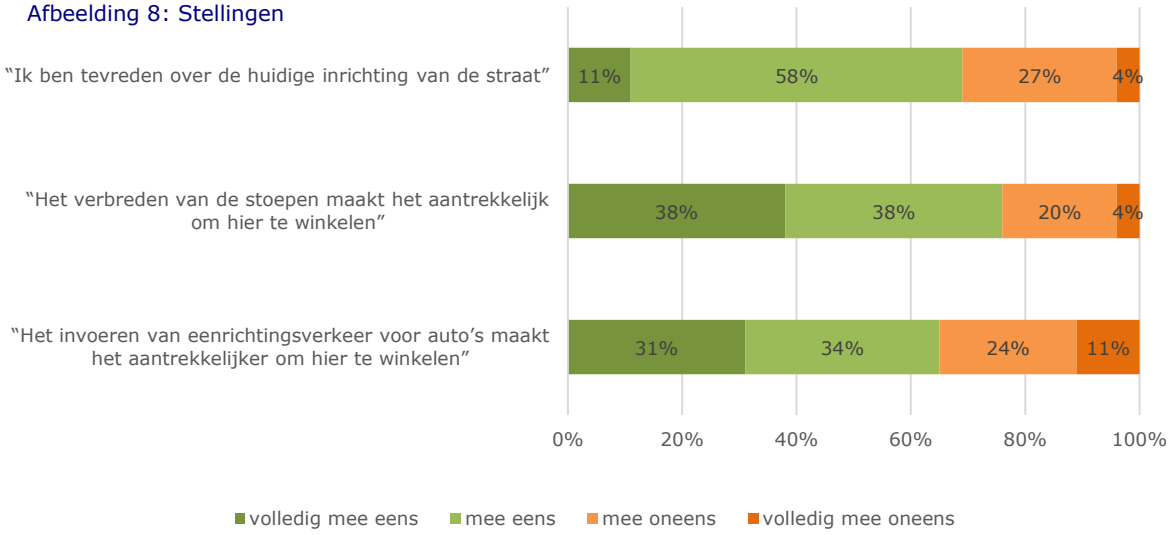
	Amsterdam	Elders NL	Buitenland	Totaal 2018
6 of lower (detractors)	15%	13%	4%	14%
7 - 8 (fence sitters)	57%	59%	27%	55%
9 - 10 (promotors)	28%	28%	69%	31%
gemiddelde	7,7	7,4	8,9	7,7
NPS-score	13%	15%	65%	17%

- Respondenten zijn over het geheel gezien erg positief over de Utrechtsestraat: een NPS-score van +17% mag een mooi resultaat genoemd worden (veel Nederlande winkelgebieden komen meestal niet boven de '0%' uit). Met name de buitenlandse toeristen zijn (laaiend) enthousiast over de straat (mogelijk als onderdeel van Amsterdam Centrum) maar ook de Amsterdamse en de overige Nederlandse bezoekers reageren zeer positief hetgeen resulteert in een zeer hoge NPS-score.

3.4.3 Stellingen inrichting openbare ruimte

De respondenten is een drietal stellingen voorgelegd met betrekking tot de inrichting van de straat.

Afbeelding 8: Stellingen



- Twee derde van de bezoekers (69%) is (zeer) tevreden over de huidige inrichting van de straat. Zij zijn het (volledig) eens met de bovenstaande stelling. Voor specifiek de lokale bezoekers geldt dat 64% het er (volledig) mee eens is.
- Liefst driekwart is van mening dat het verbreden van de stoepen de straat aantrekkelijker maakt om er te winkelen. Onder de lokale bezoekers ligt dit aandeel op 73%.
- Ook is een ruime meerderheid (65%) van de respondenten het (volledig) eens met de stelling dat het invoeren van eenrichtingsverkeer voor auto's positief is voor het winkelklimaat. Opvallend genoeg zijn automobilisten het het vaakst eens met de stelling (74% (volledig) mee eens). Het oordeel van buurtbewoners en in de buurt werkzame personen, oftewel de frequente bezoekers, wijkt niet af van het gemiddelde.

Samengevat kan worden gesteld dat een meerderheid van de bezoekers van mening is dat de huidige inrichting niet ideaal is voor de winkelfunctie van de straat en dat eventuele aanpassingen in de inrichting deze de straat, volgens de bezoekers, ten goede zou kunnen komen. Eerder in dit onderzoek kwam reeds aan bod dat de verkeersveiligheid door velen met een onvoldoende werd beoordeeld.